



Поведінкова економіка

УДК 330.831:339.13

DOI <https://doi.org/10.5281/zenodo.16985056>

**Вплив поведінкової економіки на управління споживчими витратами в
кризових умовах**

Кірбай Тетяна Віталіївна,

здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти (доктор
філософії), викладач-стажист, кафедра підприємництва та бізнес-технологій,
Уманський національний університет, Україна,
<https://orcid.org/0009-0003-7495-3285>

Томчук-Пономаренко Наталія Володимирівна,

кандидат економічних наук, доцент, кафедра
економічної теорії, макро- і мікроекономіки,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна,
<https://orcid.org/0000-0001-6919-7313>

Каплін Сергій Миколайович,

доктор філософії з права, Україна, <https://orcid.org/0009-0004-6182-8909>

Прийнято: 11.08.2025 | Опубліковано: 28.08.2025

***Анотація.** Сучасні економічні кризи супроводжуються посиленням невизначеності, зниженням купівельної спроможності та трансформацією споживчих практик. У таких умовах традиційні економічні підходи, що ґрунтуються на припущенні про раціональність індивідів, виявляються недостатніми для пояснення та прогнозування поведінки населення. Це*



актуалізує значення поведінкової економіки, яка досліджує вплив когнітивних упереджень, емоцій та соціальних факторів на прийняття фінансових рішень. Головною **метою** статті є дослідження ролі поведінкових факторів у формуванні стратегій управління витратами домогосподарств у кризових умовах та визначення інструментів, що сприяють підвищенню фінансової стійкості споживачів. У роботі застосовано системний підхід та методи аналізу наукової літератури, узагальнення результатів емпіричних досліджень, а також елементи компаративного аналізу для зіставлення класичних та поведінкових моделей економічної поведінки. Використання індуктивно-дедуктивного підходу дало змогу окреслити ключові чинники, що впливають на витратні стратегії в періоди економічної турбулентності.

Результати. Доведено, що в кризових ситуаціях споживачі схильні до активізації заощаджувальної поведінки, переорієнтації на базові товари та скорочення витрат на вторинні потреби. Значну роль відіграють ефекти когнітивних упереджень, зокрема ефект утрати, якоря та соціального порівняння, що формують схильність до панічних покупок і водночас підвищують попит на перевірені бренди. Обґрунтовано, що застосування інструментів ментального бюджетування, фреймінгу витрат і автоматизації фінансових рішень може сприяти більш раціональному використанню ресурсів домогосподарств. Показано, що врахування поведінкових аспектів є критично важливим як для індивідуального рівня управління витратами, так і для розроблення ефективної державної політики в умовах економічної нестабільності.

Висновки. Поведінкова економіка дозволяє глибше зрозуміти, як у кризових умовах змінюється структура споживчих витрат та які психологічні чинники визначають фінансову поведінку населення. Раціональне управління витратами можливе тільки за врахування не лише економічних, але й поведінкових аспектів, що відкриває нові можливості як для домогосподарств, так і для державної політики у сфері фінансової стабільності.



Ключові слова: когнітивні упередження, фінансова поведінка, ментальне бюджетування, панічні покупки, фінансова стійкість.

The impact of behavioral economics on the management of consumer spending in crisis conditions

Tetiana Kirbai,

PhD Student, Trainee-Teacher, Department of Entrepreneurship and Business Technology, Uman National University, Ukraine,
<https://orcid.org/0009-0003-7495-3285>

Nataliia Tomchuk-Ponomarenko,

Candidate of Economics Sciences, Associate Professor, Department of Economic Theory, macro- and microeconomics, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine, <https://orcid.org/0000-0001-6919-7313>

Serhiy Kaplin,

Doctor of Philosophy in Law, Ukraine, <https://orcid.org/0009-0004-6182-8909>

Abstract. *Modern economic crises are accompanied by increased uncertainty, declining purchasing power, and the transformation of consumer practices. Under such conditions, traditional economic approaches based on the assumption of individual rationality prove insufficient for explaining and predicting population behavior. It highlights the relevance of behavioral economics, which examines the impact of cognitive biases, emotions, and social factors on financial decision-making. The primary purpose of the article is to study the role of behavioral factors in shaping household expenditure management strategies during crises and to identify tools that enhance consumer financial resilience. The research employs a systematic approach and methods of scientific literature analysis, generalization of*



*empirical findings, as well as elements of comparative analysis to contrast classical and behavioral models of economic behavior. The application of inductive-deductive reasoning has made it possible to outline the key factors influencing expenditure strategies in times of economic turbulence. **Results.** The study demonstrates that in crises, consumers tend to strengthen saving behavior, reorient toward basic goods, and reduce spending on secondary needs. Cognitive biases such as loss aversion, anchoring, and social comparison play a significant role, shaping tendencies toward panic buying while simultaneously increasing demand for trusted brands. It is substantiated that the use of mental budgeting, expenditure framing, and automation of financial decisions can contribute to more rational household resource allocation. The findings show that considering behavioral aspects is critical both for individual expenditure management and for the development of effective public policy under conditions of economic instability. **Conclusions.** Behavioral economics provides valuable insights into how the structure of consumer spending changes under crisis conditions and what psychological factors determine financial behavior. Rational expenditure management becomes possible only when both economic and behavioral aspects are taken into account, which opens new opportunities for households as well as for state policy in the field of financial stability.*

Keywords: *cognitive biases, financial behavior, mental budgeting, panic buying, financial resilience.*

Постановка проблеми. Управління споживчими витратами в умовах нестабільності є одним із ключових завдань сучасної економіки, оскільки воно безпосередньо впливає на добробут домогосподарств та фінансову стійкість суспільства загалом. У періоди криз змінюється не лише рівень доходів населення, а й структура витрат і механізми прийняття економічних рішень. За таких обставин традиційні моделі, що базуються на раціональності



споживачів, виявляються недостатніми для пояснення реальної поведінки економічних агентів.

Нерозв'язаною проблемою залишається пошук ефективних інструментів управління споживчими витратами, що враховують поведінкові особливості економічних агентів. Недостатнє дослідження цих аспектів ускладнює розроблення практичних рекомендацій для домогосподарств, бізнесу та органів державної влади, які прагнуть мінімізувати негативні наслідки кризових явищ.

Наукова значущість проблеми полягає в необхідності інтеграції підходів поведінкової економіки в класичні моделі фінансової поведінки з метою поглибленого розуміння закономірностей прийняття рішень у нестабільному середовищі. Практична ж важливість визначається потребою в розробленні стратегій раціонального управління витратами, які дозволять підвищити фінансову стійкість населення і забезпечити адаптивність економіки в умовах кризи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика впливу поведінкової економіки на управління споживчими витратами у кризових умовах активно досліджується в сучасних наукових працях. Зокрема, Л. Шаульська та О. Томчук [1] досліджують поведінкові моделі в контексті розвитку людського потенціалу, виокремлюючи ключові фактори, які впливають на економічні рішення індивідів, що є важливим для прогнозування споживчих витрат. А. Тельнов і С. Решміділова [2] розглядають розвиток поведінкової економіки в прийнятті економічних рішень, підкреслюючи роль когнітивних упереджень і психологічних факторів у формуванні економічної поведінки. В. Гурочкіна [3] акцентує увагу на застосуванні теорії ігор у поведінковій економіці, що дозволяє моделювати рішення споживачів у кризових умовах та оцінювати ризики непередбачуваних витрат. Вплив поведінкових факторів на розвиток конкретних галузей досліджують Л. Степасюк і Р. Усов [4], демонструючи практичні аспекти застосування



поведінкових моделей для прогнозування попиту. Y. Rybalchenko [5] аналізує стратегії використання маркетингових впливів, які дозволяють малому бізнесу адаптуватися до змін у споживчій поведінці, а P. Chmielarz та M. Rewizorski [6] досліджують економічні та політичні аспекти зміни процентних ставок у різних країнах, що має непрямий вплив на споживчі витрати. Цифрові активи та їх роль у поведінкових фінансових рішеннях вивчає P. Chmielarz [7], підкреслюючи вплив нових фінансових інструментів на споживчу поведінку. М. Кравченко, К. Кузнєцова та О. Ченуша [8] розглядають інформаційно-психологічний вплив на формування поведінкових реакцій, що важливо для розуміння механізмів зміни витрат у кризових умовах. Вплив кризових періодів на купівельну спроможність споживачів досліджують В. Лазебник і С. Лазебник [9], підкреслюючи необхідність адаптації економічної поведінки до нестабільного середовища. Д. Качмарський [10] розкриває механізми поведінкової економіки як предиктори здоров'язбереження, що демонструє широту застосування поведінкових підходів у різних сферах економічної активності.

Отже, наведені дослідження створюють наукову основу для подальшого аналізу поведінкових чинників управління споживчими витратами в кризових умовах, окреслюючи ключові напрями розвитку та наявні виклики в цій сфері.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Попри значний науковий інтерес до вивчення споживчої поведінки в умовах економічної нестабільності, низка аспектів цієї проблеми залишається не досить дослідженою. У наявних працях переважає акцент на макроекономічних показниках та загальних тенденціях зміни попиту, тоді як психологічні та поведінкові чинники, що визначають індивідуальні рішення домогосподарств, розглядаються фрагментарно. Недостатньо уваги приділено також аналізу взаємозв'язку між когнітивними упередженнями, рівнем фінансової грамотності та практичними моделями управління витратами в умовах кризи.



Залишається відкритим питання щодо того, які саме поведінкові інструменти є найбільш ефективними для оптимізації споживчих витрат у ситуаціях економічної невизначеності. Наявні дослідження рідко пропонують конкретні механізми застосування концепцій поведінкової економіки в практиці фінансового планування домогосподарств. Водночас мало вивчено потенціал використання таких підходів, як ментальне бюджетування, фреймінг витрат чи автоматизація фінансових рішень, у зниженні впливу панічних реакцій та ірраціональних стратегій споживачів.

Актуальним завданням є уточнення ролі поведінкових факторів у формуванні витратних стратегій у кризових умовах і визначення практичних інструментів, що сприяють підвищенню фінансової стійкості населення. Саме цей аспект становить науковий і прикладний внесок цього дослідження.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є теоретичне та емпіричне обґрунтування впливу поведінкової економіки на управління споживчими витратами домогосподарств у кризових умовах, а також визначення ефективних стратегій та інструментів, які сприяють підвищенню фінансової стійкості населення.

Для досягнення поставленої мети передбачено розв'язання таких завдань:

- 1) здійснити науково-теоретичне обґрунтування поведінкової економіки та її значення для аналізу споживчої поведінки в періоди економічної нестабільності, визначити ключові когнітивні, емоційні та соціальні чинники, що впливають на фінансові рішення домогосподарств;
- 2) проаналізувати сучасний стан досліджень щодо впливу когнітивних упереджень, ефекту втрати, ефекту якоря та соціального порівняння на структуру та динаміку споживчих витрат;
- 3) ідентифікувати ефективні методи застосування інструментів поведінкової економіки (ментальне бюджетування, фреймінг витрат,



автоматизація фінансових рішень) для оптимізації витратних стратегій у кризових умовах;

4) розробити практичні рекомендації щодо підвищення фінансової грамотності та формування раціональних витратних стратегій, які можуть бути застосовані як на рівні окремих домогосподарств, так і у формуванні державної політики фінансової стабільності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічна нестабільність та кризи є характерними ознаками сучасної світової економіки. Вони не лише впливають на такі макроекономічні показники, як ВВП, інфляція та безробіття, а й суттєво змінюють поведінку окремих споживачів та домогосподарств. Розуміння цих змін має важливе значення для прогнозування споживчих тенденцій, розроблення ефективної економічної політики та адаптації бізнес-стратегій у періоди нестабільності. Саме в цьому контексті зростає роль поведінкової економіки як інструменту аналізу рішень, що приймаються людьми під впливом психологічних, емоційних та соціальних факторів.

Економічні кризи сьогодення суттєво впливають на поведінку споживачів, змінюючи їхні пріоритети та стратегії фінансового управління. Традиційні моделі, що ґрунтуються на припущенні раціональної поведінки, не завжди здатні пояснити реальні рішення, які приймають люди під час нестабільності ринку. У цьому контексті поведінкова економіка виступає інструментом аналізу психологічних та соціальних чинників, що впливають на витрати і заощадження населення.

Поведінкова економіка інтегрує економічні концепції та психологію для пояснення відхилень від раціональної поведінки. В її основі лежать когнітивні упередження, емоційні реакції та соціальні впливи. Наприклад, ефект утрат змушує споживачів переоцінювати ризики та приймати рішення під впливом страху втрати, а упередження підтвердження сприяє вибіркового сприйняттю інформації, що підтримує наявні очікування.



Кризові умови підвищують невизначеність і рівень економічного стресу, що безпосередньо впливає на структуру споживчих витрат. Споживачі віддають перевагу задоволенню базових потреб, обмежуючи витрати на розваги та предмети розкоші. Паралельно зростає значення економії та заощаджень, що проявляється у збільшенні використання бюджетних стратегій, купонів та акційних пропозицій. Водночас у певних ситуаціях панічні або імпульсивні покупки стають наслідком емоційної реакції на нестабільність [11, с. 525].

Поведінкова економіка є сучасним напрямом економічної науки, який інтегрує психологічні та соціальні аспекти в процес прийняття економічних рішень. На відміну від класичних моделей, що ґрунтуються на припущенні раціональної поведінки агентів та максимізації корисності, поведінкова економіка враховує обмежену раціональність, емоційні чинники та соціальний контекст. Це особливо важливо в періоди економічної нестабільності, коли домогосподарства стикаються з підвищеною невизначеністю доходів, коливаннями цін і ризиком утрат, що істотно впливає на структуру та динаміку споживчих витрат [12, с. 14].

У контексті поведінкової економіки ключові чинники, що впливають на фінансову поведінку домогосподарств у кризові періоди, можна систематизувати за когнітивними, емоційними та соціальними категоріями (табл. 1). Це дозволяє чітко виділити механізми впливу кожного фактора на структуру та динаміку споживчих витрат.

Таблиця 1

Ключові чинники поведінкової економіки, що впливають на споживчі витрати в кризових умовах

Категорія чинників	Основні механізми впливу	Приклади впливу на споживчу поведінку
Когнітивні	Упередження, ефект якоря, обмежена здатність до оброблення інформації	Орієнтація на минулі ціни або встановлені бюджетні межі; субоптимальні фінансові



Категорія чинників	Основні механізми впливу	Приклади впливу на споживчу поведінку
		рішення; дисбаланс між доходами та витратами під час криз
Емоційні	Ефект утрати, страх, тривожність, невпевненість у майбутньому	Зростання заощаджень; зменшення споживчих витрат; ухилення від ризикових покупок; формування резервних фондів
Соціальні	Соціальні норми, порівняння з іншими	Стимулювання надмірного або обережного споживання; оцінювання витрат через призму поведінки оточення; критична роль під час економічних криз

Джерело: розробка авторів на основі [12, с. 14–18]

Систематизація зазначених факторів показує, що поведінкова економіка забезпечує глибше розуміння того, як домогосподарства приймають фінансові рішення під впливом когнітивних, емоційних і соціальних чинників. Таке усвідомлення дозволяє розробляти ефективні стратегії та політики, спрямовані на стабілізацію споживчого попиту та підвищення фінансової стійкості населення в періоди економічної нестабільності.

Когнітивні чинники визначають, наскільки раціонально домогосподарства сприймають інформацію про ціни, доходи та можливі витрати. Емоційні чинники, як-от страх втрати або тривожність, стимулюють зменшення споживчих витрат і формування заощаджень. Соціальні чинники, включаючи порівняння з іншими та соціальні норми, впливають на оцінювання власних витрат і можуть як підсилювати, так і обмежувати споживчу активність.

Динаміка споживчих витрат домогосподарств у кризові періоди є результатом взаємодії когнітивних, емоційних та соціальних чинників. Вона демонструє, що витрати населення не завжди зростають пропорційно доходам, а часто піддаються впливу психологічних ефектів, зокрема таких, як страх втрати, ефект якоря та соціальне порівняння. Аналіз динаміки витрат за допомогою поведінкової економіки дозволяє виявити критичні моменти, коли домогосподарства схильні скорочувати споживчі витрати або, навпаки,



піддаватися надмірному впливу соціального контексту. На рис. 1 графічно показано динаміку споживчих витрат під впливом ключових поведінкових факторів у кризові періоди.

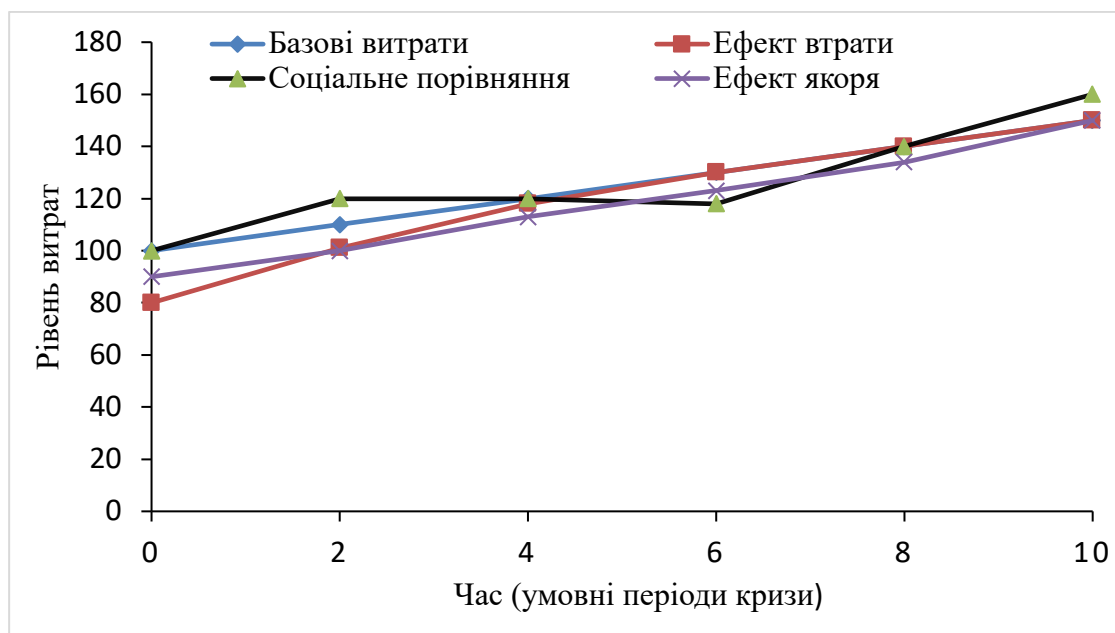


Рис. 1. Динаміка споживчих витрат домогосподарств у кризові періоди під впливом когнітивних, емоційних та соціальних факторів

Джерело: власна розробка авторів

Базові витрати відображають очікуваний рівень витрат за відсутності значного психологічного впливу. Ефект утрати демонструє зменшення витрат у відповідь на страх фінансових збитків, що стимулює зростання заощаджень і скорочення необов'язкових покупок. Соціальне порівняння показує вплив поведінки оточення, коли домогосподарства змінюють витрати відповідно до соціальних норм та прикладу інших. Ефект якоря ілюструє затримку адаптації витрат до нових економічних умов через орієнтацію на минулі ціни або бюджетні межі.

Використання такого графічного представлення дозволяє наочно оцінити вплив поведінкових факторів на структуру та динаміку споживчих



витрат, а також визначити пріоритетні напрямки для політик стимулювання попиту та підвищення фінансової стійкості населення.

Одним із таких інструментів є ментальне бюджетування, або «ментальний облік», що передбачає поділ фінансових ресурсів на окремі категорії витрат з установленням чітких лімітів. Дослідження показують, що сприйняття грошей як частини окремих «ментальних рахунків» зменшує імпульсивні витрати і стимулює заощадження. У кризових умовах цей підхід сприяє підтриманню фінансової дисципліни та зниженню ризику перевищення бюджету [13].

Фреймінг витрат виступає ще одним ефективним методом. Він полягає в зміні способу подання фінансової інформації, що впливає на сприйняття витрат споживачем. Наприклад, представлення їх як частки від загального бюджету, а не як абсолютної суми, дозволяє легше оцінювати фінансові наслідки рішень і стимулює до раціонального використання ресурсів. Такий підхід підвищує фінансову усвідомленість і формує стійкі моделі економної поведінки.

Іншим важливим інструментом є автоматизація фінансових рішень, що включає автоматичні перекази на заощадження, регулярні платежі та використання спеціалізованих фінансових додатків. Автоматизація зменшує когнітивне навантаження на індивіда, мінімізує ризик помилок у плануванні витрат і забезпечує підтримку фінансової дисципліни навіть у періоди економічної нестабільності.

Поєднання зазначених інструментів створює синергетичний ефект, дозволяючи споживачам більш ефективно управляти витратами, адаптуватися до кризових умов та мінімізувати негативний вплив економічних шоків на добробут домогосподарств. Таке комплексне застосування методів поведінкової економіки сприяє формуванню стійких фінансових стратегій та підвищенню ефективності управління особистими фінансами [14].



Крім того, важливим аспектом оптимізації витрат у кризових умовах є врахування емоційного компонента прийняття фінансових рішень. Стрес, невизначеність і тривога можуть посилювати імпульсивні витрати або навпаки – знижувати готовність до інвестицій та заощаджень. Використання поведінкових підходів, як-от формування «позитивних фінансових ритуалів» або системи винагород за дотримання бюджету, дозволяє нейтралізувати негативний вплив емоцій на споживчу поведінку. Таким чином, інтеграція когнітивних і емоційних стратегій створює більш стійкий фінансовий механізм, що допомагає споживачам ефективніше адаптуватися до умов економічної нестабільності [15].

Підвищення фінансової грамотності є фундаментальним елементом ефективного управління ресурсами домогосподарств. На рівні індивідуальних домогосподарств ключовими аспектами є розвиток компетенцій у сфері планування бюджету, аналізу доходів і витрат, оцінювання фінансових ризиків, використання кредитних та інвестиційних інструментів, а також впровадження цифрових платформ для автоматизації платежів і накопичень. Згідно з дослідженнями E. Silva, M. Mental, P. Bortolon [13], застосування стратегій ментального бюджетування та впровадження структурованих фінансових ритуалів суттєво знижують імпульсивні витрати та підвищують рівень заощаджень домогосподарств навіть у кризових умовах.

На макрорівні роль держави полягає у створенні умов для системного підвищення фінансової обізнаності населення. Це включає інтеграцію фінансової освіти в навчальні програми закладів середньої та вищої освіти, проведення інформаційних кампаній щодо оптимізації сімейного бюджету, а також організацію доступних консультаційних сервісів із фінансового планування. Особливо важливим є використання поведінкових інструментів у державних програмах, як-от «фреймінг» інформації про податки, соціальні виплати та пільги, що формує у громадян більш раціональні фінансові пріоритети та стимулює заощадження [16].



Таким чином, комплексний підхід до формування раціональних витратних стратегій передбачає поєднання ментального бюджетування, фреймінгу витрат і автоматизації фінансових рішень. Це дозволяє зменшити когнітивне навантаження, знизити ризик помилок у плануванні бюджету та сприяє дотриманню фінансової дисципліни. На державному рівні інтеграція таких підходів забезпечує стабільну фінансову культуру, підвищує економічну стійкість і сприяє мінімізації наслідків економічних криз.

Висновки. Результати дослідження показали, як поведінкова економіка впливає на формування ефективних стратегій управління споживчими витратами в умовах економічної нестабільності. Встановлено, що інструменти ментального бюджетування, фреймінгу витрат та автоматизації фінансових рішень сприяють підвищенню ефективності планування бюджету, зниженню імпульсивних витрат і підвищенню рівня заощаджень домогосподарств.

Аналіз отриманих результатів засвідчив, що інтеграція когнітивних і емоційних підходів у фінансове планування створює стійкі витратні стратегії та підвищує фінансову дисципліну населення. Це особливо актуально в умовах економічної нестабільності, коли необхідно мінімізувати ризики нерациональних витрат і втрати ресурсів.

Розроблені практичні рекомендації щодо підвищення фінансової грамотності та формування раціональних витратних стратегій можуть бути застосовані як на рівні окремих домогосподарств, так і на рівні державної політики. Їх впровадження передбачає автоматизацію фінансових операцій, ментальне бюджетування та використання фреймінгу для стимулювання свідомого прийняття фінансових рішень, що сприяє зміцненню економічної стабільності та фінансової самостійності громадян.

Список використаних джерел

1. Шаульська Л. В., Томчук О. В. Чому люди обирають міста: поведінкові моделі в контексті розвитку людського потенціалу. *Ефективна економіка*. 2020. № 12. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.12.18>.



2. Тельнов А. С., Решміділова С. Л. Розвиток поведінкової економіки у прийнятті економічних рішень. *Економічний вісник. Серія: фінанси, облік, оподаткування*. 2020. Вип. 5. С. 160-170. DOI: <https://doi.org/10.33244/2617-5932.5.2020.160-170>.
3. Гурочкіна В. В. Теорія ігор в поведінковій економіці. Дослідження підприємництва: ключові механізми організації, основні драйвери та перспективи. *Економічні перспективи підприємництва в Україні: зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Ірпінь, 10–11 жовтня 2019 р.)*. Ірпінь: Університет ДФС України, 2019. Ч. 1. С. 54–56. URL: http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/4067/1/2889_IR.pdf (дата звернення: 17.06.2025).
4. Степасюк Л., Усов Р. Вплив поведінкової економіки на розвиток галузі квітникарства. *Економіка та суспільство*. 2025. № 74. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-74-140>.
5. Rybalchenko Y. Strategic approaches to utilizing influencer marketing for scaling small businesses. *Актуальні питання економічних наук*. 2025. №12. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15652811>.
6. Chmielarz P., Rewizorski M. Gospodarcze, polityczne i prawne aspekty zmiany wysokości stóp procentowych w Europie i Azji w latach 2013–2023. CEJSH. *Spółeczeństwo i Polityka*. 2024. № 1 (22). S. 23-37. DOI: <https://doi.org/10.34765/sp.0124.a02>.
7. Chmielarz P. Bitcoin versus podział majątku wspólnego. *HOMO POLITICUS: Rocznik Politologiczny*. 2020. Vol. 14. P. 43-57. DOI: https://doi.org/10.25312/2391-5110.14/2019_04pch.
8. Кравченко М. О., Кузнєцова К. О., Ченуша О. С. Інформаційно-психологічний вплив у формуванні поведінкових реакцій. *Підприємництво та інновації*. 2024. № 33. С. 105–109. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/33.18>.



9. Лазебник В., Лазебник С. Вплив кризових періодів на купівельну спроможність споживачів. *Collection of Scientific Papers «ΛΟΓΟΣ»*. (Paris, 20 september 2024) Paris, France. 2024. P. 29–36. DOI: <https://doi.org/10.36074/logos-20.09.2024.004>.

10. Качмарський Д. Механізми поведінкової економіки як предиктор здоров'язбереження (дослідження на основі опитування студентської молоді). *Економіка та суспільство*. 2024. № 70. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-105>.

11. Lopushnyak H., Poliakova S., Kohatko Y., Ryabokon I., Fomenko O., Mylyanyk R. Consumer behavior of Ukrainian households: factors, strategies, changes under the impact of war. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*. 2025. T. 1, № 60. P. 522–542. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.1.60.2025.4645>.

12. Поведінкова економіка: від теорії до практики : міждисципл. навч. посіб. / за наук. ред. І.Л. Татомира, Л. Г. Квасній. Трускавець: ПОСВІТ. 2022. 408 с. URL: <https://financial.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/11/PovedinkovaEKONOMIKA-2022-1.pdf> (дата звернення: 17.06.2025).

13. Silva E. M., Moreira R. L., Bortolon P. M. Mental accounting and decision making: a systematic literature review. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*. 2023. Vol. 107. 102092. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.socec.2023.102092>.

14. Mental accounting. *behavioraleconomics.com*. URL: <https://www.behavioraleconomics.com/resources/mini-encyclopedia-of-be/mental-accounting/> (дата звернення: 17.06.2025).

15. Behavioral economics in financial decision-making. *Imarticus Learning*. URL: <https://imarticus.org/blog/behavioral-economics-in-financial-decision-making/> (дата звернення: 17.06.2025).



16. Why do our decisions depend on how options are presented to us? The framing effect explained. *The Decision Lab*. URL: <https://thedecisionlab.com/biases/framing-effect> (дата звернення: 17.06.2025).